

## ผลสำรวจชี้ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในฟิลิปปินส์ถูกที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้



iPrice Group บริษัทแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซเปรียบเทียบราคาสินค้าออนไลน์ชั้นนำ เปิดเผยผลสำรวจเกี่ยวกับราคาสินค้าอุปโภคบริโภคในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งเป็นการสำรวจราคาเฉลี่ยรายการสินค้าอุปโภคบริโภคสำคัญต่างๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์นม ขนปัง ข้าว เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ น้ำดื่ม แอลกอฮอล์ และบุหรี โดยผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า สินค้าอุปโภคบริโภคในฟิลิปปินส์มีราคาถูกที่สุดเมื่อเทียบกับตลาดต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2,347 เปโซ รองลงมาได้แก่ ประเทศเวียดนาม มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2,687 เปโซ มาเลเซีย มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 3,054 เปโซ และอินโดนีเซีย มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 3,170 เปโซ ทั้งนี้ จากการสำรวจสินค้าของชำในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียพบว่า ส่วนใหญ่มีราคาไม่แพงเช่นเดียวกับในประเทศฟิลิปปินส์ แต่สินค้าประเภทแอลกอฮอล์อย่าง เบียร์ ไวน์ รวมถึงบุหรี พบว่าถูกจัดเก็บภาษีในอัตราที่สูง ทำให้สินค้าดังกล่าวมีราคาแพงกว่าสินค้าชนิดเดียวกันในฟิลิปปินส์ถึงสองเท่า สำหรับประเทศที่มีรายการสินค้าอุปโภคบริโภคแพงที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ ประเทศสิงคโปร์ มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 5,561 เปโซ รองลงมาคือ ประเทศไทย มีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 3,442 เปโซ

นอกจากนี้ iPrice ระบุเพิ่มเติมว่า จากผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่าเว็บไซต์ร้านขายของชำออนไลน์ชั้นนำในประเทศฟิลิปปินส์ มีผู้เข้าชมเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในปี นี้ เนื่องจากผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์จำนวนมากหันมาซื้อสินค้าที่จำเป็นผ่านทางช่องทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากข้อจำกัดและมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยเฉพาะตัวเลขการเข้าชมร้านขายของชำออนไลน์ในเดือนเมษายน 2564 ที่ผ่านมา มีจำนวนผู้เข้าชมมากกว่าในเดือนกุมภาพันธ์ถึงร้อยละ 78 เนื่องจากในช่วงเดือนกุมภาพันธ์เป็นช่วงเวลาประเทศฟิลิปปินส์มีจำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 อยู่ในระดับต่ำ และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคใหม่จากโควิด-19 สายพันธุ์เดลตาในเดือนสิงหาคม 2564 ที่ผ่านมา ได้ส่งผลให้จำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้เว็บไซต์ขายของชำออนไลน์มีจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์สูงสุดในปีนี้ที่ 1.4 ล้านครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 21 เมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนก่อนหน้า และมากกว่าเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ถึงร้อยละ 89

- นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มการตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ นับตั้งแต่เดือนเมษายน - สิงหาคม 2564 พบว่าปริมาณการเข้าใช้เว็บไซต์ร้านขายของชำออนไลน์ มีจำนวนผู้เข้าชมเฉลี่ยมากกว่า 1.1 ล้านครั้ง

นอกจากนี้ iPrice ยังได้จัดทำข้อมูลการเปรียบเทียบมูลค่าขั้นต่ำสำหรับการสั่งซื้อ (Minimum amount for orders) และค่าธรรมเนียมจัดส่งสินค้า (Delivery Fees) ของร้านขายของชำออนไลน์ชั้นนำจำนวน 11 แห่งในเขตเมโทรมะนิลา เพื่อให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ สรุปได้ดังนี้

- เว็บไซต์ขายของชำออนไลน์ที่ไม่มีการกำหนดมูลค่าสั่งซื้อขั้นต่ำ ได้แก่ RealFood, Wholesome Grocer, Landers และ SM supermarket
- เว็บไซต์ขายของชำออนไลน์ที่กำหนดมูลค่าสั่งซื้อขั้นต่ำใกล้เคียงกันที่ 1,000 เปโซ ได้แก่ Shopwise, Puregold, S&R, Robinsons, AllDay Supermarket และ The MarketPlace
- เว็บไซต์ขายของชำออนไลน์ที่กำหนดมูลค่าสั่งซื้อขั้นต่ำที่ 2,000 เปโซ ได้แก่ WalterMart
- ในส่วนของค่าธรรมเนียมการจัดส่งสินค้าพบว่าเว็บไซต์ขายของชำออนไลน์ S&R, Robinsons และ The MarketPlace เสนออัตราที่ใกล้เคียงกันโดยมีอัตราต่ำสุดที่ 80 เปโซ ในขณะที่เว็บไซต์ WalterMart เก็บค่าธรรมเนียมจัดส่ง สินค้าอยู่ที่ 99 เปโซ
- สำหรับเว็บไซต์ขายของชำออนไลน์ Puregold, RealFood และ SM Supermarket คิดค่าบริการจัดส่งที่ 150 เปโซ Wholesome Grocer อยู่ที่ 160 เปโซ และ Shopwise อยู่ที่ 200 เปโซ
- ในส่วนเว็บไซต์ขายของชำออนไลน์ AllDay Supermarket คิดค่าธรรมเนียมการจัดส่งสินค้า ขึ้นอยู่กับสถานที่ ในขณะที่เว็บไซต์ขายของชำออนไลน์ Landers กำหนดค่าธรรมเนียมจัดส่งขึ้นอยู่กับรายการที่ซื้อ

ที่มา: หนังสือพิมพ์ Philippine Star ฉบับวันที่ 9 กันยายน 2564

#### บทวิเคราะห์/ข้อคิดเห็น

- ผลการสำรวจดังกล่าวข้างต้นเป็นที่น่าแปลกใจที่สินค้าอุปโภคบริโภคของฟิลิปปินส์มีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากเป็นที่ทราบดีว่าอัตราเงินเฟ้อในประเทศฟิลิปปินส์ค่อนข้างอยู่ในระดับสูง ทำให้ค่าครองชีพโดยรวมของประเทศฟิลิปปินส์สูงกว่าเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ โดยค่าครองชีพในกรุงมะนิลาโดยเฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณอยู่ที่ 50,798 เปโซต่อคน นอกจากนี้ เงินเดือนโดยเฉลี่ยในกรุงมะนิลา ยังต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ อีกด้วย โดยมีเงินเดือนเฉลี่ยอยู่ที่ 18,900 เปโซ ต่อเดือน และข้อมูลจาก National Wages and Productivity Commission ระบุว่าค่าแรงขั้นต่ำในปัจจุบันในเขตเมืองหลวงแห่งชาติ ณ เดือนสิงหาคม 2564 สำหรับภาคเกษตรกรรมอยู่ที่ 500 เปโซต่อวัน (หรือประมาณ 320 บาท) และสำหรับนอกภาคเกษตรอยู่ที่ 537 เปโซต่อวัน (หรือประมาณ 344 บาท)
- ในช่วงที่ผ่านมา ตลาดค้าปลีกของชำหรือสินค้าอุปโภคบริโภคของฟิลิปปินส์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากกำลังซื้อของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์สูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลาง การท่องเที่ยวในประเทศที่กำลังขยายตัว และแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดี โดยตลาดค้าปลีกสินค้าอุปโภคบริโภคของฟิลิปปินส์มีมูลค่าเฉลี่ยกว่า 2.25 แสนล้านเปโซ ทั้งนี้ ไฮเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ต ถือเป็นช่องทางค้าปลีกสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภค

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ

ที่ได้รับความนิยมและมีอัตราเติบโตค่อนข้างมากเมื่อเทียบกับช่องทางค้าปลีกอื่นๆ โดยไฮเปอร์มาร์เก็ตเป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ยุคใหม่ เนื่องจากสามารถหาซื้อสินค้าได้เกือบทุกประเภทในที่เดียว ทำให้ประหยัดเวลา ในขณะที่ซูเปอร์มาร์เก็ตก็เป็นที่นิยม เนื่องจากมักอยู่ใกล้แหล่งชุมชนหรือในห้างสรรพสินค้า ซึ่งผู้บริโภคนิยมไปทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมกับครอบครัว โดยไฮเปอร์มาร์เก็ตและซูเปอร์มาร์เก็ตที่ได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ ได้แก่ SM Supermarket, Save More Supermarket, Puregold Price Club, Puregold Jr. Wellcome, Waltermart Supermarket และ Robinsons Supermarket โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักของไฮเปอร์มาร์เก็ต/ซูเปอร์มาร์เก็ตดังกล่าวเป็นกลุ่มที่มีรายได้ระดับปานกลาง เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรที่มีสัดส่วนมากที่สุดในประเทศ ในขณะที่ซูเปอร์มาร์เก็ตบางแห่งเช่น Rustan's Supermarket, MarketPlace มีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับบนเป็นหลักโดยมักจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคนำเข้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อ นอกจากนี้ ในช่วงที่ผ่านมา ยังพบว่าช่องทางค้าปลีกสำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการเติบโตมากที่สุดอีกช่องทางหนึ่งคือ ร้านสะดวกซื้อ โดยได้รับปัจจัยบวกที่สำคัญคือ ผู้บริโภคต้องการความสะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะในเขตธุรกิจในเมืองใหญ่

- สำหรับช่องทางการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคทางออนไลน์พบว่า ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 หรือก่อนปี 2563 ยังไม่ได้รับความนิยมในฟิลิปปินส์มากนัก แม้ว่าร้านขายของชำออนไลน์ในฟิลิปปินส์และแพลตฟอร์มเดลิเวอรี่จะมีระยะเวลาหนึ่งแล้ว แต่ชาวฟิลิปปินส์เพิ่งเริ่มเปิดใจยอมรับมากขึ้นในช่วงของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปีที่ผ่านมา เนื่องจากผลจากการบังคับใช้มาตรการล็อกดาวน์และมาตรการกักกันชุมชนที่เข้มงวดเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดฯ ส่งผลให้ชาวฟิลิปปินส์ต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอยู่กับบ้านมากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อเมื่อออกนอกบ้านและหันมาทำอาหารรับประทานเองที่บ้านมากขึ้น ส่งผลให้การซื้อผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องใช้ทั้งสินค้าในท้องถิ่นและสินค้านำเข้าจากซูเปอร์มาร์เก็ตและแพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มสูงขึ้น โดยผู้ประกอบการค้าปลีกรายใหญ่ระบุว่าร้อยละ 25-30 ของผู้ซื้อทั้งหมดได้เปลี่ยนไปใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ ทำให้การเข้าใช้งานเว็บไซต์ของร้านขายของชำออนไลน์ในฟิลิปปินส์เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด และคาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นอีกในระยะข้างหน้า

- ด้วยจำนวนประชากรขนาดใหญ่ของฟิลิปปินส์ประมาณ 110 ล้านคนในปัจจุบัน ทำให้โอกาสสำหรับสินค้าอุปโภคบริคนำเข้ายังคงมีศักยภาพที่แข็งแกร่งสำหรับการเติบโตในตลาดฟิลิปปินส์ในอนาคต นอกจากนี้ คาดว่าความต้องการสินค้าที่ซับซ้อนและมีคุณภาพมากขึ้นของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ น่าจะเป็นปัจจัยทำให้สินค้าอุปโภคบริโภคจะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับชาวฟิลิปปินส์ได้หันมาพึ่งพาช่องทางออนไลน์เพื่อซื้อสินค้าที่จำเป็นและมีการทำธุรกรรมทางดิจิทัลมากขึ้นภายใต้ภาวะปกติใหม่ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเข้าไปเจาะตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคของฟิลิปปินส์ อาจหันมาใช้ช่องทางออนไลน์เพิ่มเติมเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและเข้าถึงผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์ได้มากขึ้น โดยอาจร่วมกับคู่ค้าชาวฟิลิปปินส์พัฒนาช่องทางออนไลน์เพื่อกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตใหม่ของผู้บริโภคชาวฟิลิปปินส์

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

14 กันยายน 2564

 นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ